

「(仮称) 仙台市消費生活基本計画」中間案へのご意見及び本市としての考え方

第1章 計画の策定について (3件)

	ご意見	本市としての考え方
1	<p>2012年12月に施行された「消費者教育推進法」では、消費者は、単なる商品・サービスの受け手ではなく、社会、経済、環境を公正で持続可能なものに変える力を持ち、その役割を担っている存在だと知ること、消費者自身が「被害を認識する」「危害を回避する」「適切な対応をする」ことができる自立した消費者の育成が重要であるとの趣旨になっています。自立した消費者・自覚ある消費者により形成される「消費者市民社会」の実現には、消費者の行動が求められており、消費者はそのことを、自覚しなければなりません。</p> <p>そのためには、消費者市民社会の意義について積極的に消費者に伝えることが求められます。仙台市が実施した教育機関や市民及び企業を対象にした意識調査の結果によると、「家庭内や地域における情報共有の必要性」「消費生活センターの認知度がまだ低い」「消費者教育に関する認識のばらつき」などの意見がありました。また、高齢者をターゲットとする特殊詐欺被害が後を絶ちません。地域にだけ見守りの取り組みを求めることには限界があると考えます。見守り活動も今までにない取り組みを検討する必要があると思います。(同様の意見外2件)</p>	<p>「消費者市民社会」の構築を目指すことは、消費者教育・啓発だけでなく消費者行政全般の柱でもあると考えられます。消費者の皆様はその意義についてご理解いただくことが重要と認識しております。これまで平成26年度に実施した意識調査等を参考にしながら中間案を策定してまいりましたが、今後も皆様からのご意見を踏まえながら計画を策定してまいります。</p>

第3章 消費者市民社会を目指して (4件)

	ご意見	本市としての考え方
2	<p>消費者市民社会の形成と消費者教育の推進は本計画の重要な柱と思われることから、その重要性及び関連性について記述してください。また一人ひとりが「消費者力」を高めることが必要であり、そのような消費者を育成するために消費者教育の充実が求められていることが理解できるように表現してください。(同様の意見外2件)</p>	<p>消費者市民社会の形成及び消費者教育の推進を基本計画の柱として位置づけており、この理念について市民の皆様にご理解いただくことが重要であると考えます。ご理解いただけるよう表現を検討します。また、あらゆる機会を捉え、パンフレット等さまざまな媒体、手法を活用し普及・啓発に努めてまいります。</p>
3	<p>今回の基本計画の大きな柱として「消費者市民社会の形成」と「消費者教育の推進」がありますが、一人ひとりが「消費者力」を高めることが必要であり、そのような消費者を育成するために消費者教育の充実が求められている点が非常に重要と思われまます。その部分を積極的に推進していく視点が弱いと感じるので第3章において強調してください。</p>	

第4章 計画推進のための施策 I 消費生活の安全・安心の確保 (8件)

	ご意見	本市としての考え方
4	<p>「食品の安全・安心の確保」ですが、TPPの締結によって、日本の「食品の安全・安心」が脅かされる可能性があることではないでしょうか。今後TPP締結で輸入食品が激増するのは目に見えています。</p> <p>TPPのISD条項(*1)によって日本の「食品の安全を守る砦」がズタズタにされないよう消費者を喚起するだけでなく、行政の行う指針も計画に追加したほうが良いと思います。</p> <p>*1 ISD条項(Investor State Dispute Settlement) 「投資家対国家間の紛争解決条項」。多国間における企業(投資家)と政府との、賠償を求める紛争の方法を定めた条項。主に、自由貿易協定(FTA)を結んだ国同士において、外国企業が相手国政府から不当に差別され不利益を被った場合などに、相手国政府を相手取って訴訟を起こすことを可能とする。</p>	<p>国は「総合的なTPP関連政策大綱」において、食の安全・安心に関して、輸入食品の適切な監視指導を徹底するための体制強化に努めること、原料原産地表示の拡大の検討、残留農薬・食品添加物等の規格基準の策定推進、さらには国際経済紛争処理に係る体制を整備することとしております。中間案にも記載したとおり、輸入食品につきましても、食品表示法等関係法令に基づき調査・指導及び市民の皆様の理解を深めるために適時適切な情報提供に努め、より消費者にわかりやすい食品表示制度となるよう運用してまいります。</p>
5	<p>表示は、本来分かりやすいものでなければならず、消費者が表示の読み方・見方を勉強しなければ理解することができないものであってはならないと考えます。消費者が表示の内容について十分認識しているとはいえません。このため、消費者の自己啓発も大切ですが、まず、事業者・行政機関・学校教育・社会教育等による消費者啓発が必要なことから、項目を追加してください。(同様の意見外3件)</p>	<p>計画案において、消費者への啓発は、多様な主体との連携により取り組むとしています。その中で表示に関する啓発や情報提供についても実施してまいります。</p>
6	<p>消費者が自ら適切に商品のみならず、サービスをも選択できるように、サービスに関する「適正な表示に関する事業者への調査・指導」「適正な表示に関する消費者への啓発」の項目を追加してください。(同様の意見外2件)</p>	<p>法令に基づき関係機関と連携し適正に対応するとともに、消費者への情報提供に努めます。</p>

第4章 計画推進のための施策 II 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進 (31件)

	ご意見	本市としての考え方
7	<p>「消費者市民社会」の認知度向上を目指して 今回この概念を初めて知り、この意識を持つだけでも一人一人の消費行動が変わると感じました。11ページのイラスト図表 3-1 はとてもわかりやすいので、ポスターにして各所に掲示するとか、テレビ、ラジオなどを通じて広く PR する等の取り組みをされるよう期待します。</p>	<p>「消費者市民社会」はまだなじみが薄い概念ですが、消費者教育・啓発として目指していかなければならないものであると考えます。今後も表現や媒体を工夫しながらわかりやすく伝えるよう努めてまいります。</p>
8	<p>多岐にわたるポイントが確実に押えられており、実現されれば確かな消費者市民社会が構築されると実感いたしました。</p>	<p>消費生活の主役は市民の皆様であり、その理解なしに計画を進めることはできないと考えておりますので、今後も皆様のご理解をいただきながら進めるよう努めてまいります。</p>
9	<p>教育・啓発に関しては、消費者は誰でもプライドがありますので、「上から目線」の取り組みではなく、共に考えるという姿勢が大切だと思います。ホームページや広報誌の PR にも限界があるので、直接対話による広報が功を奏すと考えます。「消費生活パートナー」の資質を向上させ、活躍の機会をふやして、財政的支援も充実して、市民センターの講座や、学校教育の現場などでの講話を積極的に行うと良いのではないかと思います。(対面方式)</p>	<p>共に考え、学びを支援していくことは基本であると考えています。一方で、消費者教育・啓発に関しては、例えば親から子へ、友人同士等、誰もが受け手であるだけではなく教える立場にもなりえます。安全に、安心して生活していくために重要なことをきちんと伝えるという責務をも重視していく必要があると考えており、そのような視点で各施策を展開してまいります。「消費生活パートナー」事業は、パートナーの皆さんに、お住まいの地域などそれぞれの身近な場所で、それぞれの方法で消費生活に関する話題提供などを行っていただくという趣旨で実施しております。今後も裾野を広げるなど事業の充実を図ってまいります。</p>

10	ラジオやテレビでも「消費の時間」を設けてミニドラマを放送するとか、家庭生活の充実した対話が正しい消費行動を育むことを考えて、広報したり、講座を設けたりして PR すると良いと思います。	さまざまな媒体、機会を活用し PR に努めてまいります。
11	消費者保護を目指した意識啓発的教育よりは生産者としての視点を持つことを推進すると、より本質的な消費者教育というか、持続可能な社会の担い手に育つのではないかと考えております。(表面的な)消費者教育ばかりすることが、むしろ、賢い消費者になることから遠ざけているようにも思えます。こういう怖いこともあるよ！ばかり教えるとそうじゃない方法でのアプローチで悪徳商法が向かってくと騙されますからね。創る側の立場を理解できれば『無料』『安い』『簡単』『圧倒的』の裏側があるということが分かりますよね。大学でも生産者の立場になれるような教育を通じて、持続可能な社会の担い手を育成するように頑張ります。	「キャリア教育」「職業体験」等として行われている活動も消費者教育と重なるものと考えています。今後もさまざまな分野の活動と連携しながら、消費者のライフステージに応じた施策を展開していきたいと考えます。
12	<p>「消費者市民社会の形成に積極的に参画する(後略)」とありますが、県民ひとりひとりが消費者なので、参画ではなく消費者としての自覚をレベルアップするような情報の提供をお願いします。商品を選ぶ時(投票する)、このメーカーはブラック企業かどうか、フードマイレージ(*2)の観点を考えるか、地球の環境や資源に配慮した商品かなど選ぶポイントをわかりやすく、イラスト等で説明する資料を作成してください。またその利用の背景や情勢も入れ込んでください。</p> <p>*2 フードマイレージ 食料の輸送量に輸送距離を掛け合わせた指標。食料の輸入が地球環境に与える負荷の指標等として使われる。</p>	ご提案の内容が「消費者市民社会」が意味するところであると考えます。今後もわかりやすく、身近なこと、自分自身のことと理解していただけるよう PR に努めてまいります。
13	学校教育における消費者教育について、教師のスキルアップも必要ですが、学習のなかで活用してもらえるような教材の開発が必要です。直面するトラブルに対しシュミレーションやワークショップ等の講座を取り入れるのが効果的と考えます。(同様の意見外2件)	これまでも教育現場との連携により教材の開発等を行ってまいりましたが、今後もより効果的な手法を検討してまいります。

14	<p>「消費者力」向上のための消費者教育の担い手育成に関して、第2期計画において配置された「消費生活パートナー」の活動に関しての検証・評価が必要と考えます。このことを受け、第3期計画の地域内における人材の育成に反映させるべきです。(同様の意見外2件)</p>	<p>「消費生活パートナー」事業については平成24年度に開始し、改善を加えながら実施してまいりました。今後も地域等での啓発の担い手、センターへのつなぎ役として、育成してまいります。</p>
15	<p>企業における新人教育などにも消費者教育が必要です。企業に対する積極的な働きかけを行うべきです。(同様の意見外2件)</p>	<p>事業者・事業者団体等に対して積極的に情報提供するとともに、連携を強化してまいります。</p>
16	<p>追加項目として「金融教育の推進」を明記してください。カード・クレジット・キャッシングによる多重債務の増加や、インターネットバンキングなどによる金融商品の取り扱いなど、消費者を取り巻く金融商品の動きは複雑になっています。また、収入構造の変化などにより、自分自身のライフプランと資金計画などを交えた金融教育を推進していくことが今後ますます必要になると考えます。(同様の意見外2件)</p>	<p>金融に関する教育・啓発は、消費者教育・啓発の重要な要素ととらえており、計画でも各所で取り上げております。今後も関係機関との連携により進めてまいります。</p>
17	<p>環境の保全に配慮した事業活動として、持続可能な開発のための教育(*3)、循環型社会の形成に向けたエネルギー教育についても明記してください。(同様の意見外2件)</p> <p>*3 持続可能な開発のための教育 環境、貧困、人権、平和、開発といった現代社会の課題を、自らの問題として捉え、身近なところから取り組むことにより、それらの課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すこと。また、それを旨とする学習や活動。</p>	<p>「消費者市民社会」を目指す消費者教育は「持続可能な開発のための教育」(計画の中では「持続可能な社会を目指す教育」という表現となっています)と重なる部分が大きい教育であり、ご提案の環境保全、エネルギー教育も視野に含んでおります。</p>
18	<p>消費者市民社会の推進に向けての消費行動として、エシカル消費(*4)等の教育・普及啓発やフェアトレード(*5)の普及啓発に努めることを明記してください。(同様の意見外2件)</p> <p>*4 エシカル消費 倫理的消費。よりよい社会に向けて、人や社会・環境に配慮した消費行動。</p> <p>*5 フェアトレード 開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み。</p>	<p>上記同様、ご提案の内容も視野に入れており、具体的な啓発事業の中で取り扱ってまいりたいと考えます。</p>

19	追加項目として「消費者団体との協働による消費者教育の推進」の明記を要望します。消費者市民社会を目指すにあたり、一般消費者への啓発の推進には消費者団体との協働が必要です。消費者の目線を活かした啓発の手法を取れ入れるべきと考えます。消費者団体向け啓発講座の開催、消費者団体への啓発講座の委託・調査活動の委託、消費者団体との消費者教育・啓発に関する交流会の開催などが考えられます。(同様の意見外2件)	基本計画中では「市民団体」と表現しておりますが、第4章の重要課題Ⅱに「協働」という言葉を追加します。ご提案の事業については検討させていただきます。
20	消費者教育・啓発の推進について、これまでも学校教育現場との連携が行われてきましたが、学校の学習方針によって取組方法に違いが見られました。「消費者教育連絡協議会」で話し合われた計画を実行に移すためにも、消費生活センターの相談員のほかに専門スタッフを配置し、学校からの要請に応えたり、専門家との連携を取っていくことが有効であると考えます。(同様の意見外3件)	学校のニーズに応え、支援していくために、専門家等との連携をこれまで以上に強化する等、センターのコーディネート機能の充実を図ります。

第4章 計画推進のための施策 Ⅲ 消費者被害の防止及び救済(19件)

	ご意見	本市としての考え方
21	マイナンバー制度の導入後に、それに伴う新たな消費生活の問題が発生する可能性が考えられると思います。それに対応する項目や文言も追記された方がよいと思います。	マイナンバー制度に伴う詐欺等の被害に関しては、注意喚起を行いながら、基本計画への掲載について検討してまいります。
22	依然として衰える気配のない「特殊詐欺」に対し、市民はどれほどの関心を持っているのでしょうか。啓発効果を高める施策として、仙台市民から広く特殊詐欺の標語を募集します。啓発効果が高まる「標語」を仙台市の特殊詐欺の新名称として、仙台市民に発表します。 「中間案」34ページにある通り、啓発の取り組みを効果的に推進することになり、延いては、仙台市が全国に対し、強い発信力と併せて近い将来「特殊詐欺撲滅宣言」の先を行く、政令都市になりますことを期待いたします。「特殊詐欺」撲滅には、長い道のりであると考えます。地道で具体的な活動「啓発活動」が求められています。犯罪の名称は、ともあれまた新たな火種が発生しました。「マイナンバー」の言葉が要注意であります。	市民に特殊詐欺等消費者被害について幅広く知っていただくためには、さまざまな機会、方法で、工夫しながら啓発事業を行っていく必要があります。マスコミ・クチコミ等の様々な媒体をフルに活用して進めてまいります。マイナンバー制度に伴う詐欺等の被害に関しては、注意喚起を行いながら、基本計画への掲載について検討してまいります。

23	<p>マイナンバー施行によって、新しい被害が出てくると思います。</p> <p>ご存知のようにマイナンバーは、戸籍と結びつくことで、住民票が不要になる、という政府案は、結婚詐欺や出身地差別などの危険、振り込め詐欺や、さらにはプライバシー情報を握られることで現場被害も格段に増える、とおもいます。今までとは、規模も被害金額も比較にならないような状況が生まれてくると思います。このマイナンバー被害を未然に防ぐ計画も追加された方がいいと思います。</p>	<p>マイナンバー制度に伴う詐欺等の被害に関しては、注意喚起を行いながら、基本計画への掲載について検討してまいります。なお、現在、国においては戸籍事務へのマイナンバー制度の導入が検討されておりますが、その詳細はまだ示されていない状況です。</p>
24	<p>「消費生活センターの周知」「多様な媒体を活用した効果的な広報・啓発活動」「情報提供による消費者被害の拡大防止」の施策の拡充について、消費者団体と協働した取り組みを行ってください。(同様の意見外 2 件)</p>	<p>周知には、各種媒体の活用その他、口コミや人的ネットワークを通じた情報伝達も重要です。市民団体等の協力もいただきながら情報提供に努めたいと考えます。</p>
25	<p>現在の救済方法は、自ら消費生活センターへ相談にきた場合によるものがほとんどです。しかし、高齢者や障がい者など自分でセンターに出向けない消費者も多く見られます。今後増加すると思われる来所困難な相談者のために、出向いていく相談業務の体制を整備することが必要です。移動相談は今後も継続してください。(同様の意見外 3 件)</p>	<p>必要に応じ実施するとともに、関係機関との連携による相談機会の充実を図ります。</p>
26	<p>住民が相談しやすい環境整備のために、区役所毎に相談窓口を開設してください。(同様の意見外 2 件)</p>	<p>今後も区の広聴相談機関との連携を図ってまいります。</p>
27	<p>多重債務に陥っている人たちは、年収 200 万円以下の世帯が多く、しかも要因が生活費や教育費のためということは重大なことだと考えます。そのため、多重債務の解決(債務処理相談)だけではなく、その後の生活再生についての相談や生活資金などの方策・支援を明確にすべきと考えます。(同様の意見外 2 件)</p>	<p>関係機関・専門家との連携により支援してまいります。</p>
28	<p>ADR(*6)機能を持つ被害救済部会の開催が進んでいません。広く消費者の被害防止・利益につながりますので、相談事例の速やかな収集を行い被害救済部会を活用すべきです。また、市民への周知・徹底を要望します。(同様の意見外 2 件)</p> <p>*6 ADR(Alternative Dispute Resolution) 「裁判外紛争解決手続」。さまざまな法的トラブルについて、裁判ではなく当事者以外の第三者に関わってもらいながら解決を図るもの。</p>	<p>市消費生活条例の規定に基づき、必要に応じて被害救済部会の活用を検討してまいります。</p>

4章 計画推進のための施策 IV 高齢者等特に支援を要する消費者への対応（6件）

	ご意見	本市としての考え方
29	<p>民生委員・地域包括支援センター職員・ケアマネジャーなどとの連携した啓発活動はこれまでも取り組まれてきましたが、必ずしも功を奏しているとはいえない状況です。高齢者の消費者トラブル見守りに「消費生活パートナー」の積極的な活用を要望します。（同様の意見外2件）</p>	<p>消費生活に関する新たな課題に対応すべく、「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会」を充実し、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」の役割を持たせ、見守りのための連携をさらに強化してまいります。「消費生活パートナー」事業は、パートナーの皆さんに、身近な場所で、消費生活に関する話題提供などを行っていただくという趣旨で実施しております。今後も裾野を広げるなど事業の充実を図ってまいります。</p>
30	<p>高齢者等が抱える問題は消費者被害だけに特化するものではなく、生活困難や精神的な被害につながる可能性がありますので、他団体だけではなく庁内関係部局との連携を強化してください。（同様の意見外2件）</p>	<p>庁内組織である消費者行政連絡協議会を始めとした各種連絡組織等を通じ、庁内の連携を図ってまいります。</p>

第4章 計画推進のための施策 V 多様な主体の連携の推進 (11件)

	ご意見	本市としての考え方
31	<p>「消費生活パートナー」による、活動推進体の編成をします。グループ活動による「啓発活動」の構築が急務と考えます。「消費生活パートナー」の次期基本計画では、増員計画が見えてまいません。現在「登録パートナー」は50名に達していない旨、センターの職員から伺っております。「消費生活パートナー」を育成するためには、現在年一回の「養成講座」を年二回とすべきではないか。</p> <p>「啓発活動」をするにあたって単独での行動には限界があります。各地域からの参加を促す施策が急務と考えます。</p> <p>啓発活動を行うパートナーとの連携は、点から面の視点が必要であり、連携にはまだ十分ではありません。組織編成には果断を持つべきでしょう。</p>	<p>「消費生活パートナー」事業については平成24年度に開始し、改善を加えながら実施してまいりましたが、今後も皆様のご意見をいただきながら充実を図ってまいりたいと考えております。</p>
32	<p>消費生活パートナーとの連携、啓発について</p> <p>パートナー活動については、育成のために講座を受けながら感じ行動していますが、問題意識を持って実施することが第一です。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 知らない（知っていても深く掘り下げていない）ことが多く、講習を多く受講しながら進めたい。 2. 少ない仲間、グループの活動は大切な自信となる。 3. 「ゆたかなくらし(*7)」を身近に配布しながら今後も進めたいので内容の充実を望みます。 <p>*7 ゆたかなくらし 仙台市消費生活センターが隔月で発行する消費生活情報誌。</p>	
33	<p>消費者教育推進地域協議会は必ずしも連携を目的とした組織とはいえないためネットワーク組織を検討してください。既存の団体だけではなく、環境団体、NPO、市民団体、福祉関係者など多方面の参加が重要であると考えます。(同様の意見外3件)</p>	<p>消費生活に関する課題は幅広い分野にわたるため、連携先は多種多様な主体となると考えます。センターのつなぎ手としての機能を充実</p>

34	消費者力向上のための消費者教育の担い手育成はますます重要な課題となっています。消費者問題が多様化していることから、官民間わず多方面とネットワークを組み推進する必要があると考えます。	し、関係する主体との連携をこれまで以上に強化してまいりたいと考えております。
35	多様な主体の連携は市民団体・学校教育現場・事業者・地域が相互に連携した取り組みはもちろんですが、異年齢・異業種による連携の持ち方を探り、地域の企業や学生などの既存の組織・力をフル活用することが必要です。消費生活センターがその繋ぎ役として主な取組事項を具体的にイメージできるような項目の記載内容にしてください。(同様の意見外3件)	つなぎ手としてのセンターの機能を充実してまいりたいと考えておりますが、連携には多種多様な対象及び方策が想定されますことから、具体には事業を進めながらよりよい方策を選択していくこととなると考え、計画においてはその方向性を示しております。

第5章 計画の推進に向けて (3件)

	ご意見	本市としての考え方
36	実効性のある計画にするためには施策項目の中に数値目標を入れ、消費生活審議会において検証・評価できる形にする必要があります。5年後に目指す姿を明確にしてください。また具体的な施策について工程表を作成してください。(同様の意見外2件)	現行計画に引き続き、毎年度、可能なものは数値的な指標を設定し、総合的に評価を行ってまいります。また、具体の事業については社会情勢の変化に対応し必要な見直し・改善を図ってまいります。

ご意見中、*1～*7の注釈は、消費生活センターが追加したものです。